

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan pasar lelang, indeks kepuasan pasar lelang, posisi loyalitas petani berdasarkan piramida loyalitas dan hubungan kinerja kualitas layanan dengan loyalitas petani cabai di pasar lelang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari 60 petani responden dan data sekunder dari pengelola pasar lelang. Analisis yang digunakan adalah analisis *servqual*, *customer satisfaction index* (CSI), piramida loyalitas, dan korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja kualitas layanan pasar lelang lebih rendah dari harapan petani. Nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 44, 62% yang termasuk dalam kategori kurang puas artinya petani kurang puas terhadap kualitas layanan dari pasar lelang Gisik Pranaji. Posisi loyalitas berdasarkan pada piramida loyalitas menunjukkan petani di pasar lelang Gisik Pranaji memiliki loyalitas yang kuat. Loyalitas yang kuat ditunjukkan dengan nilai *switcher buyer* paling kecil dalam piramida jika dibandingkan dengan *committed buyer*. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,634 yang termasuk dalam kategori korelasi yang kuat, artinya kualitas layanan berhubungan kuat yang positif terhadap loyalitas petani. Petani di Pasar Lelang Gisik Pranaji kurang puas terhadap kualitas layanan dari pasar lelang, namun petani memiliki loyalitas yang kuat karena petani merasa bahwa keberadaan pasar lelang dapat membantu petani dalam meningkatkan harga jual dan pasar lelang akan memperbaiki kualitas layanan sesuai dengan kritik dan saran dari petani.

Kata Kunci: kualitas layanan, loyalitas, pasar lelang, Gisik Pranaji

### ABSTRACT

*The research is intended to determine the service quality of the auction, satisfaction index of the auction market, farmers' loyalty based on the pyramid of loyalty and the relationship of service quality performance with the loyalty of the auction market memberst. This research used primary data obtained from 60 respondent farmers and secondary data from the auction market manager. The analysis model used in this research are servqual, customer satisfaction index (CSI), loyalty pyramid, and Pearson correlation test. The results showed that the service quality performance in the auction market lower than farmers' expectations. CSI value obtained is equal to 44,62% and it is categorized as less satisfied, meaning fewer farmers are satisfied with the service quality from the Gisik Pranaji auction market. The position of loyalty based on the pyramid of showing farmers of the Gisik Pranaji auction market have strong loyalty. A strong loyalty value is showed by a switcher buyer as the smallest value in the pyramid compared to the committed buyer. The value of pearson correlation test is 0.634 categorized as strong correlation, meaning the service quality has a strong positive relation to the farmer loyalty. Farmers in the Gisik Pranaji auction market are less satisfied with the service quality, but farmers have a strong loyalty because they believe that the exsistance of the auction market can help increase the selling price that the auction market will improve the service quality in accordance with criticism and suggestions from farmers.*

*Keywords: service quality, loyalty, auction market, Gisik Pranaji*